

WOMEN IN BUSINESS

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR FRAUEN

MAI 2010
CHF 8.90 | EUR 6.50

www.womeninbusiness.ch

MÄRKTE

Kein Geld für bankrotte
Staaten ohne
Sanierungsprogramme

KARRIERE

Schönheit als
manipulierbarer
Erfolgsfaktor

Die Mutige

WIE FRANZISKA BRÜNDLER MIT LEIB UND SEELE
IHR STARTUP-UNTERNEHMEN VORANTREIBT



Auf eigenes Risiko

Start-up-Unternehmerinnen arbeiten hart und verdienen wenig bis nichts – aber sind durchs Band glücklich.

TEXT IRIS KUHN-SPOGAT FOTO FABIAN UNTERNÄHRER

Wie viele Jungunternehmerinnen träumt auch Erika Burki davon, eines Tages von ihrem Geschäft leben zu können.

Eben noch waren sie Studentin, Managerin, Hotelangestellte und Musikerin. Heute verkaufen sie Design-Produkte, vermitteln Offerten für IT- und Bürobedarf, backen Torten und vermieten Kunst – und zwar auf eigene Rechnung und Gefahr, denn sie haben vor Kurzem, mit sehr unterschiedlichen Ambitionen, ihr eigenes Unternehmen gegründet.

Franziska Bründler zum Beispiel hat klein angefangen, will aber gross hinaus: Die Gründerin, Inhaberin, Chefin und einzige Angestellte von Fidea Design sagt: «Ich gebe mir Zeit bis 30, dann will ich eine kleine, originelle Designkollektion, die ich international verkaufen und von der ich leben kann.» Die heute 28-jährige entwickelt, produziert und vertreibt Gegenstände wie den filigranen Kerzenständer MonoLux, der an allem hält, was magnetisch ist. Oder den MultiClip, eine puristische Version des altbekannten Mobiles. Dazu gekommen ist sie «per Zufall»: In einem renommierten Haushaltswarengeschäft in Zürich entdeckte sie den Kerzenständer MonoLux und wollte 50 Stück davon bestellen. Nicht für sich, sondern für Bekannte, ein Unternehmerpaar, für die der Gegenstand als Kundengeschenk perfekt gepasst hätte. Hätte. Denn als Bründler die Bestellung aufgeben wollte, sagten die MonoLux-Erfinder, sie hätten den Kerzenständer aufgegeben. Erst nahm Studentin Bründler das einfach zur Kenntnis, dann fing es in ihr an zu arbeiten. «Ich habe noch in der gleichen Nacht eine E-Mail an die Erfinder des MonoLux geschickt», sagt sie, «und nur Tage später haben sie zurückgerufen.» Nochmals später hatte sie einen Vertrag in der Tasche: Bründler erhält die Lizenz für den MonoLux, die Erfinder lebenslanglich Lizenzentnahmen.

Akquisition in eigener Sache

Das war im Sommer 2008, Bründler steckte mitten im Abschluss ihres Studiums zum Master of Art an der Uni Zürich. Nun hatte sie sich auch noch

«Ich gebe mir Zeit bis 30, um davon leben zu können.»

mit Fragen rund um den MonoLux herumzuschlagen, und zwar dringend. Denn für das Weihnachtsgeschäft 2008 wollte sie durchstarten. «Das Hauptproblem war das Geld», sagt sie. Unterstützung findet sie in der Familie: Der Vater gibt 10 000 Franken, die Grossmutter 5000, weitere Verwandte schießen 5000 Franken ein, damit Bründler eine GmbH gründen kann – «der Haftung wegen». Von der Bürgschaftsgenossenschaft SAFFA erhält Bründler sodann die Zusage für die Bürgschaft für ihr Kontokorrent über 30 000 Franken und kann loslegen. Der MonoLux geht sechs Wochen, nachdem sie ihn für sich entdeckt hatte, in Produktion. Und zwar nicht irgendwo, sondern in der Werkstatt der Stiftung Zürliwerk, die Behinderte beschäftigt. Bründler erhält Unterstützung von vielen Seiten: Zinsloses Darlehen von einem Unternehmer, Businessplan von einem Freund, Büromöbel von einem Kollegen, ein Auto von Bekannten, eine Homepage von einem Entwickler, den sie von früher kennt – und schliesslich Bestellungen von Leuten, bei denen sie einmal gearbeitet hat. Und die Fidea-Firmenpostkarte zeigt Bilder, die der Fotograf Alberto Venzago gratis im Zürliwerk aufgenommen hat. Bründler packt das alles ins Kapitel «Jungunternehmerbonus». Wer ihr aber eine Weile zugehört hat, weiss, was es mit dem vielen Support auf sich hat: Die Frau ist Feuer und Flamme für das, was sie tut – und zwar so sehr, dass entfacht wird, wer ihr zuhört.

Dennoch: Nach Abschluss ihres zweiten Geschäftsjahres verdient Bründler erst einen Bruchteil dessen, was sie als Angestellte verdienen könnte. Bis vor kurzem hat sie neben Fidea Design auch noch gejobbt für ihren Lebensunterhalt. Geld ist nach wie vor knapp, «aber ich brauche zum Glück auch nicht viel», und bald könnte sich das ja alles ändern: Der Kerzenhalter verkauft sich inzwischen in über 100 Geschäften in der Schweiz, Österreich und Deutschland, die Fidea-Kollektion ist auf sieben Produkte angewachsen, und Bründler hat ihre «kreative Freestyle-Buchhaltung» in die Hände eines Profis gelegt. Dieser klopft mit Bründler nun bei Banken an für weiteres Kapital. Diesmal braucht sie einen Kontokorrentkredit von 100 000 Franken, «für Nachproduktion und neue Kollektionen».

Nichts ohne Businessplan

Die Wahrscheinlichkeit, dass Bründler das Geld auftreiben kann, um ihr Geschäft voranzutreiben, ist gross: Sie hat einen Businessplan und kann bereits einen Leistungsausweis vorweisen. Beides ist Bares wert für die einst generösen Banken, die heute als skeptische Finanzdienstleister über Sein und Haben entscheiden und dabei rigiden Vorgaben von oben folgen. «Die Hürde für eine Anschubfinanzierung ist tatsächlich hoch», bestätigt Esther Studer vom Institut für Jungunternehmen, IFJ in St.Gallen, «ohne Businessplan geht gar nichts.»

Rein formal ist ein Businessplan keine Hexerei. Da muss drin stehen, welches Produkt, welche Dienstleistung (Geschäftsidee) wem (Kundensegment) und warum (Marktpotenzial) verkauft werden will, und was dabei unter dem Strich finanziell heraus kommen soll (Budget). Wer etwas produziert – spricht vorfinanzieren muss – wie Franziska Bründler, braucht fast immer Fremdkapital. Brainworker, die sich selbstständig machen, brauchen dagegen oft kaum Startgeld. Aber auch ihnen legen Experten ans Herz, einen Businessplan auszuarbeiten: «Wer einen Businessplan erarbeitet, merkt



Ihm gefällt's, sie freut's: Den magnetischen Kerzenhalter lässt Bründler in der Behindertenwerkstätte Zürliwerk fertigen.

schnell, ob eine Geschäftsidee halten kann, was man sich von ihr verspricht», sagt IFJ-Startup-Supporterin Studer, «er schützt davor, dass man sich verrennt.» Einen Businessplan zu erstellen, heisst, sich mit seiner Geschäftsidee vertieft und aus verschiedenen Blickwinkeln auseinander zu setzen, und das ist etwas, was die wenigsten Jungunternehmerinnen und

Jungunternehmer einfach so aus dem Ärmel schütteln. Hilfe gibt's denn auch im Tausendpack: Wer bei Google mit dem Begriff «Businessplan erstellen» Seiten aus der Schweiz anfordert, landet fast 10 000 Hits. Ämter, Berater, Softwareanbieter, Institute buhlen da um Kundenschaft. Mit Erfolg: Allein Anbieter wie das IFJ in St.Gallen oder die Business Tools der ETH Zürich schleu-

sen im Jahr Hunderte durch sogenannte Businessplan-Workshops.

Mit der Idee kam der Mut

Gaby Stäheli und Priska Schoch haben letzten Sommer einen solchen Kurs absolviert und schwärmen noch heute davon. «Den Businessplan zu »

Mit dem Businessplan fiel die Entscheidung: Stäheli (links) und Schoch gründen Coryps.



erstellen, war das Beste, was wir tun konnten, um uns für die Selbstständigkeit zu rüsten», sagt Priska Schoch, «denn wir waren gezwungen, unsere Idee von A bis Z durchzudenken.» Die beiden Frauen waren dafür im Venturelab, dem Startup-Training der Förderagentur für Innovation KTI. Es steht künftigen Geschäftemachern im Hightech-Bereich offen und hat zum Ziel, unternehmerisch denkende Leute mit dem nötigen Wissen und den Kontakten zu versorgen, damit sie starten können. Aufgenommen wird, wer mit seiner Geschäftsidee überzeugt – die erste Hürde, die Gaby Stäheli und Priska Schoch zu nehmen hatten. Die beiden Frauen haben sich erfolgreich mit ihrer Idee beworben, für Kleinere und Mittlere Unternehmen (KMU) ein Offertportal für IT- und Büro-Equipment sowie für Finanz- und Personaldienstleistungen zu kreieren. «Die Geschäftsidee habe ich in den USA gefunden», sagt Gaby Stäheli. Danach gesucht hat sie seit vielen Jahren. «Selbständig zu sein, war seit langem mein Traum», sagt sie, «aber mir fehlten Mut und Idee.» Mit der Idee kam der Mut.

Stäheli und Schoch sind vom Fach, kennen sich von IBM, Stäheli hat bis vor zwei Jahren dort gearbeitet, Schoch bis Ende 2009. Als Stäheli das Unternehmen verliess, war sie Chefin von 150 Mitarbeitern. Die Mutter von zwei Kindern im Alter von 5 und 9 hatte genug vom Grossbetrieb, «viele Vorgaben, wenig Freiräume», und wechselte in eine kleine Firma. Von heute aus betrachtet, sieht sie in diesem Schritt den

«Selber entscheiden, ob man am Sonntag arbeitet oder nicht.»

Auslöser für die Selbstständigkeit: «Ich war enorm eingespannt, da hatte es in meinem Kopf keinen Platz, um neue Ideen zu entwickeln.» Zwei Jahre nach diesem Schnitt hatte sie die Idee, den Businessplan – und die Geschäftspartnerin, Priska Schoch.

Formulieren, strukturieren, rechnen

Für diese kam Stähelis Anfrage unpassend. «Superidee, aber der falsche Moment», reagierte Schoch, denn sie hatte bei IBM eben erst einen neuen Job angefangen. Trotzdem trifft sie sich mit Stäheli und lässt sich entflammen für Schritt eins: Erstellen eines Businessplans. Sie formulieren, strukturieren, rechnen, schätzen ab. Am Ende des Kurses beendet Schoch nach 21 Jahren

ihre Karriere bei IBM, «ich dachte jetzt oder nie», und auch Stäheli kündigt. Parallel zu ihren auslaufenden Engagements als Angestellte bauen sie Gryps – Buchstaben aus Gaby und Priska, auszusprechen als Grips – auf, klappern Anbieter von Telefonanlagen bis zu Kopiergeräten ab und entwickeln die Internetplattform, auf der KMUs seit dem 1. Februar Offerten für alles mögliche einholen können: Online ein paar Fragen beantworten, abschicken, fertig. Innerhalb kurzer Zeit gibt's für jede Anfrage drei massgeschneiderte Offerten von Anbietern aus der Region des jeweiligen Kunden. Kostenpunkt: Null für den Anfrager, zwischen 50 und 100 Franken für den Anbieter.

Die beiden Frauen haben ihre Firma ohne Fremdkapital gegründet und zehren von Erspartem. Für ihr kleines Büroabteil im Haus der StiftungFutur in der Rapperswiler Altstadt bezahlen sie keinen Rappen. Läuft es gemäss Businessplan, zahlen sie sich aber bereits in drei Monaten ihren ersten Lohn aus und in fünf Jahren haben sie 18 Mitarbeiter, die «mehrere Hundert Offertanfragen» betreuen. Ihr Markt scheint unerschöpflich: «In der Schweiz gibt es 300 000 KMU.» Nichts verdienen und noch mehr arbeiten als je zuvor? «Kein Problem», sagt Schoch, «es fühlt sich ganz anders an, wenn man selber entscheidet, ob man am Sonntag arbeitet oder nicht.»

Was Schoch sagt, ist wissenschaftlich belegt: Selbständige sind durchs Band zufriedener als Angestellte, und das, obschon sie das wirtschaft-

ANZEIGE



liche Risiko tragen, sich nicht gegen Erwerbslosigkeit versichern können, keine bezahlten Ferien haben, keine Kinderzulagen erhalten und hohe Sozialabgaben leisten müssen. Zu diesem Schluss kam eine gross angelegte Studie des renommierten Zürcher Professors Bruno S. Frey, der sich internationales Renommee verschafft hat, weil er weiche Faktoren wie Glück und Zufriedenheit an die zahlenbasierte Ökonomie koppelte. Seine Umfrage bei über 3000 Schweizer Haushalten hatte ganz klar ergeben, dass Menschen nicht nur das Resultat ihrer Arbeit bewerten, sondern vor allem die Bedingungen, unter denen es zustande kommt: «Being independent is a Great Thing» lautet denn auch der alles sagende Titel der Studie. Das Ergebnis deckt sich übrigens mit vergleichbaren Umfragen, die in Westdeutschland und England über einen grösseren Zeitraum durchgeführt und von einer Studie der Uni Bern jüngst erneut bestätigt wurden.

Frauen geben selber Gas

Auch das internationale Forschungsprojekt Global Entrepreneurship Monitor (GEM) befasst sich mit Fragen rund um das Unternehmertum. Ein Kernthema sind Rahmenbedingungen in einzelnen Ländern.

«Unabhängigkeit ist eine hervorragende Sache.»

In der Schweiz wird das Projekt von Spezialisten des KMU-Instituts der Uni St.Gallen in Kooperation mit dem IMD in Lausanne betreut.

In ihrem letzten Länderreport von 2008 steht: Generell gelten die Rahmenbedingungen für eine unternehmerische Tätigkeit in der Schweiz als gut. Beim Thema Rahmenbedingungen für die Gründungen durch Frauen rangiert die Schweiz allerdings am Ende der Liste, weil es schlicht keine frauenspezifische Förderangebote gibt. Daran hat auch die Studie namens Potentielle, die vor fünf Jahren auftrags Seco die Runde machte, rein gar nichts geändert. Der 90-seitige Schlussbe-

richt zeigt zwar minutiös auf, wie andere Länder es besser machen, und er enthält auch ein auf die Schweiz angepasstes Massnahmenpaket. Geführt hat der Bericht aber nicht zum Beispiel zu einer Projektgruppe, die sich mit deren Umsetzung befasst, er landete im Archiv. Denn: Trotz widriger Umstände werden hierzulande 40 Prozent aller Unternehmen von Frauen gegründet, was international verglichen überdurchschnittlich ist. Die Tendenz ist gar steigend: Immer mehr Frauen gründen eine Firma. Ende 2009 gab es in der Schweiz gemäss Schweizerischer Arbeitskräfteerhebung SAKE 82 000 selbstständig erwerbstätige Frauen, das sind 76 Prozent mehr als 1991. In den letzten 20 Jahren ist die Zahl der beruflich selbstständigen Frauen gemäss dieser Statistik doppelt so schnell gewachsen wie die der Männer.

Zufriedenheit wichtiger als Wachstum

«Trotz teils widriger Umstände erreichen Frauen in der Selbstständigkeit eine bessere Work-Life-Balance als im Angestelltenverhältnis», sagt Brigitte Baumann und fügt an, «viele Frauen melden sich zwischen 40 und 50 aus der Corporate World ab, um etwas zu tun, an das sie wirklich glauben.» Wie sie selbst: Baumann ist Gründerin und CEO von Go Beyond, einer Plattform von und für Business Angels, also Investoren, die junge Unternehmen vor allem im High- und Medtech-Bereich unterstützen.

Firmen werden aus ganz unterschiedlichen Gründen gegründet: In der Schweiz entstehen gemäss GEM nahezu 80 Prozent aller neuen Firmen nicht des Geldes wegen, sondern um mehr Unabhängigkeit und Selbstbestimmung zu erreichen, die Geschäftsidee ist das Vehikel dafür. «Unternehmen werden hierzulande nur selten zum Zweck des wirtschaftlichen oder sozialen Aufstiegs gegründet und sind daher oft wenig wachstumsorientiert», interpretieren die Studienexperten die Erkenntnis.

Dass sie damit richtig liegen, ergibt auch eine kleine Spontanumfrage bei

Jungunternehmerinnen. «Ich habe mir einen Traum erfüllt», sagt zum Beispiel Ulrike Abels. Die Konditormeisterin aus Menziken hat sich im Dezember 2008 mit Sweet Treat zur Unternehmerin erklärt und backt seither Hochzeitstorten und Geburtstagskuchen, Teegebäck und Pâtisserie – alles on demand, alles von Hand, alles in ihrem einzigen Backofen in der Küche ihrer Wohnung. «Ich backe einen Kuchen um den anderen», sagt sie. Der Anfang war schwierig, inzwischen hat sich die Spitzenqualität ihrer Gebäcke herumgesprochen; Orders für dreistöckige Hochzeitstorten und kunstvoll verzierte Muffins treffen aus der ganzen Deutschschweiz bei Abels ein. Vor zwei Monaten hat sie ihren Job als Aushilfskellnerin aufgegeben und widmet sich nun voll und ganz dem Backen. In der Fantasie tut sie es bereits in einer neuen Lokalität, an Passantenlage, mit mehr Platz, mehr Backöfen und mehr Kühlmöglichkeiten. Ihr Ziel? Nicht Ruhm, nicht Reichtum, «sondern eine Windmühle am Meer, die ich mir dank Sweet Treat einmal kaufen kann.» Ann-Karin Wicki sagt, sie habe sich vor eineinhalb Jahren entschieden, ihren gut bezahlten Managementposten bei einer grossen Krankenkasse zu kündigen, «ohne genau zu wissen, warum». Im Nachhinein sieht die Historikerin mit einem Diplom in Sozialversicherungsmanagement ihre Kündigung als ersten Schritt in ihre Selbstständigkeit. Den zweiten machte sie erst, als ihre sechs Monate lange Kündigungsfrist abgelaufen war. «Mein Job war sehr

fordernd, ich habe erst über meine Firma nachzudenken begonnen, als ich arbeitslos war.» Ein halbes Jahr später gründet sie ihr Unternehmen Wicki Healthcare Management. Sie bietet Kurse an zur Sozialversicherungslandschaft Schweiz, berät Arbeitgeber bezüglich Absenzen-Management arbeitsunfähig gewordener Mitarbeiter und schult Versicherungsangestellte. «Ich gebe mir zwei, maximal drei Jahre, dann will ich Tritt gefasst haben, und mein Geschäft muss genug Geld abwerfen, damit ich gut davon leben kann», antwortet sie auf die Frage nach ihren Ambitionen. «Mitarbeiter möchte ich keine, ich habe lange genug welche geführt.» Ihr Worst-case-Szenario? «Dass nichts läuft», sagt sie, «dann suche ich einfach wieder eine Stelle, und das wäre kein <GAU>.»

Wicki ist über ihren Versuch bis jetzt nicht euphorisch gestimmt, sondern ambivalent: «Ich habe zwar mehr Freiheiten, bin aber allein.» Dieses Schicksal teilen alle, die sich als Alleinunternehmer selbstständig gemacht haben. «Darum sind Netzwerke wichtig», sagt Startup-Beraterin Esther Studer, «und es gibt auch unzählige.» Insbesondere für Frauen. Sie heissen Business and Professional Women BPW, Netzwerk für Einfrauunternehmerinnen NEFU, oder Business Mamas, sind meist als Verbände organisiert und bieten Kennenlern- und Austauschplattformen. Eine der grössten Plattformen bietet das IFJ in St.Gallen mit seinen sogenannten Venture Apéros: «Solche Events können sehr wertvoll sein», »»

DIE 10 ERFOLGSFAKTOREN

1. Eine zündende Idee
2. Ausgewiesenes Fach- und Branchen-Knowhow
3. Ein Businessplan – die unerlässliche Leitplanke
4. Ausdauer und Hartnäckigkeit beim Verfolgen der Ziele
5. Bereitschaft zu überdurchschnittlichem Arbeitseinsatz
6. Rigorose Budgetdisziplin
7. Glaube an seine Fähigkeiten, aber keine Selbstüberschätzung
8. Wille, sich zu verkaufen
9. Mut, Neues anzupacken und Risiken einzugehen
10. Nein sagen können

START-UP-HILFEN

Noch Mitte der neunziger Jahre war die Schweiz Brachland in Sachen Angebote für Start-ups und Jungunternehmer. Speziell für Frauen gab es von Seiten der öffentlichen Hand nichts, ganz im Gegensatz etwa zu Deutschland und Österreich, wo Förderung von Gründerinnen gross geschrieben wird und eine entsprechend lange Tradition hat. Mittlerweile hat sich in der Schweiz aber vieles getan: Das Angebot an Inputs und Support für alle, die sich selbstständig machen wollen, ist inzwischen stark gewachsen und vielfältig. Institute wie dasjenige für Jungunternehmer in St.Gallen bieten nicht nur verschiedene Kurse zu diversen Themen, sondern auch eine umfassende Übersicht über verschiedene Anlaufstellen.

Unter www.ifj.ch/index finden sich Listen mit Links und Kontakten zu Ämtern, Standortförderern, Gründerzentren und potenziellen Geld- und Kreditgebern, bis hin zu Web-Portalen und allen möglichen Wettbewerben, die auf Start-ups zugeschnitten sind.

ANZEIGE



Machen Sie gute Figur mit der perfekt abgestimmten Vorsorge.

pensionskasse pro
Wir denken weiter.

6430 Schwyz · Tel. 041 817 70 10 · www.pkpro.ch



Erika Burkis Label «Ask for Art» vermietet Kunst und hat sich mit leisen Tönen einen Namen gemacht.

sagt Studer, «hier treffen Jungunternehmer auf potenzielle Kunden und auf Experten, die einfach zur Verfügung stehen.»

Mut und Geduld

Bründler, Stäheli und Schoch, Albers und Wicki – Frauen, die vor Kurzem

den Schritt in die Selbstständigkeit gewagt haben. Ihre Firmen sind klein und fein: Damit entsprechen sie dem typischen Jungunternehmen, wie sie die Studie «Die neuen Selbstständigen 2009» von der Fachhochschule Nordwestschweiz ermittelt worden sind. Und wie die Mehrheit der Studienteilnehmenden sind auch die vier Start-up-Unternehmerinnen in Bezug auf

ihr Projekt voller Zuversicht, obschon rein statistisch gesehen zwei von ihnen die ersten fünf Jahre nicht überstehen werden. Viele scheitern wegen Selbstüberschätzung. Gemäss einer britischen Studie gibt es einen statistisch relevanten Zusammenhang zwischen hoher Einschätzung der eigenen Fähigkeiten und dem späteren Erfolg: Je überzeugter ein Jungunternehmer- ▶▶▶

mer demnach von sich ist, desto eher scheitert er. Und doch: «Man muss an sich und seine Fähigkeiten glauben», sagt die St. Galler Expertin Esther Studer und fügt an: «Man braucht Mut, manchmal auch zum Übertreiben, denn man muss sich verkaufen.»

Langsam, aber sicher

Erika Burki kann ein Lied davon singen, wie schwierig es ist, zwar von etwas überzeugt zu sein, aber sich nicht verkaufen zu können. Sie hat als Auftakt zu ihrem Start-up Ask for Art 550 Briefe in die Schweizer Firmenwelt verschickt, fest davon überzeugt, dass ihr Angebot – Kunst zum Mieten – dort auf ein riesiges Echo stossen würde. Aber weit gefehlt: Ihr Schreiben verhallte ungehört, «es kam keine einzige Rückmeldung», sagt Burki. Statt wie gehofft mit einem Paukenschlag hat sie sich mit leisen Tönen einen Namen gemacht. Mittlerweile reicht Burkis Kundenkartei von Genf bis Winterthur. Über 400 Bilder von mehr und weniger bekannten Schweizer Zeitgenossen stehen in einem Kellergeschoss in der Solothurner Innenstadt zur Ansicht

«Drei Jahre nach der Gründung kommt das Geschäft in Schwung.»

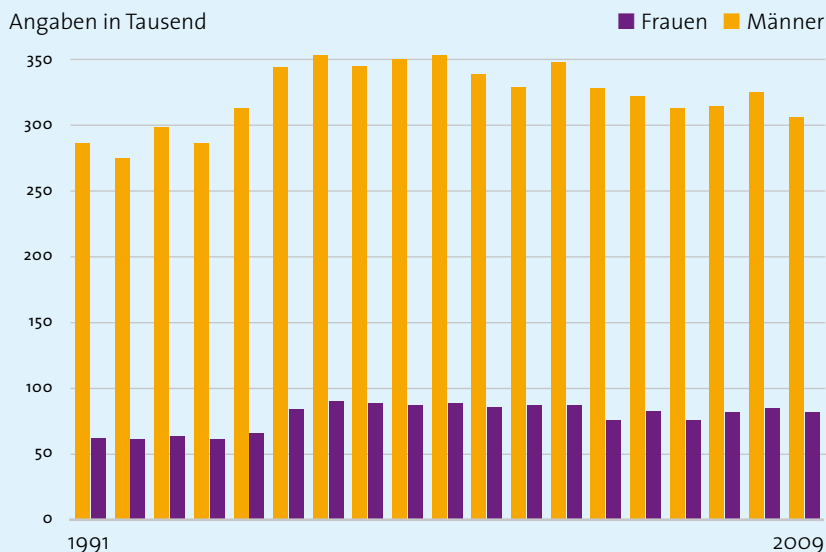
bereit, jedes kann für eine Jahresmiete von 10 Prozent des Verkaufspreises gemietet werden. Die Hälfte davon geht an den Künstler, der Rest an Ask for Art. Das Geschäft kommt nun, drei Jahre nach der Gründung langsam, aber sicher in Schwung. Letztes Jahr konnte Burki einen Anhänger plus Kupplung anschaffen; die Bilder bringt sie nämlich persönlich vorbei, hängt sie auf und holt sie auch wieder ab. Wenn Kunden nicht wissen, was sie wollen, reist Burki auch mit einer Aus-

wahl an, betrachtet Räume und berät. Die Idee, Kunst zu vermieten, ist nicht von ihr, sondern aus Holland, wo Mietkunst längst gang und gäbe ist. Den Zugang zu Kunst hat Burki aus ihrem vorherigen Job: Sie selbst ist Musikerin und hat seit 1988 das Künstlerhaus in Solothurn mit geleitet, sie kennt von daher unzählige Kunstschaffende, weiss deren Können einzuschätzen und mit ihnen umzugehen.

Ask for Art ist ein low-budget-Projekt. Der Vermieter des Kellergeschosses ist ein Kunstliebhaber und überlässt Burki die grossen Räume für eine Jahresmiete von symbolischen 6000 Franken. Die 50 Prozent, die sie bei jeder Vermietung für sich behält, steckt sie in Versicherungen und in den Aufbau einer IT-Plattform. Noch zahlt sie sich keinen Lohn, sondern lebt von ihrem Einkommen als Organistin einer Kirchengemeinde und als Klavierlehrerin. Burkis Traum? «Von meinem Unternehmen leben zu können.»

So antworteten auch Bründler, Schoch, Stäheli und Abels. Und recht haben sie: Schliesslich stehen sie alle noch ganz am Anfang eines vielversprechenden Abenteuers, und da ist Träumen ja wohl noch erlaubt. *

ENTWICKLUNG SELBSTSTÄNDIGER IN DER SCHWEIZ SEIT 1991



QUELLE: BUNDESAMT FÜR STATISTIK, SCHWEIZERISCHE ARBEITSKRÄFTEERHEBUNG SAKE

STARTUPS.CH AWARD 2010

Jungunternehmende mit guten Geschäftsideen zu fördern, ist das Ziel des STARTUPS.CH AWARD. Zwei Voraussetzungen müssen die Bewerbungen mit ihren Businessplänen erfüllen: Die Geschäftsidee ist mit einem Startkapital von maximal 100 000 Franken umsetzbar, und die Unternehmung wurde noch nicht gegründet. Aus allen Bewerbungen wählt eine Fachjury die Besten aus. Die drei Bewerber mit den besten Geschäftsideen werden anschliessend über ein Online-Voting gewählt und erhalten eine Prämie von je 50 000 Franken. Die Partner von STARTUPS.CH sind PostFinance, AXA Winterthur, Sunrise und BusPro.

Abgabefrist 10. 05 – 31. 07 2010

Haupt-Preisverleihung 10. 09. 2010.

Infos www.startups.ch